

**Ключевые слова:** пояснювально-ототожнювальні конструкції, семантика, оцінка, конституант, денотата, сигніфіката.

### **Summary**

The work also features central semantics of explanatory-identifying relation to examples of different structure designs that embody it: phrases, complex sentences, including complex complicated, and segments of text. Logical-semantic constituents of explanatory-identifying meaning is relationships of tozhdestva.

**Keywords:** explanatory-identifying structure, semantics, appraisal, constituents, referents, syhnikata.

*Стаття надійшла до редколегії 20.08.2012 р.*

УДК 007:304:070

**Циховська Е. Д.,**  
доктор філологічних наук,  
Національний авіаційний університет

## **ІНФОРМАЦІЙНІ ВІРУСИ: КАРТИНА ЯК ІНТЕРНЕТ-МЕМ**

Меми як психологічні віруси початку ХХІ століття характеризують повсякденне життя людини через тісний зв'язок, а в деяких випадках її залежність від простору ЗМІ, який і є середовищем інфікування позитивними та негативними мемами, які, на думку А. Менегетті, можуть класифікуватися саме так. Крім засновника цього поняття Р. Докінза і його послідовників – С. Блекмор, Р. Броуді, А. Менегетті, Д. Рашкоффа, в Україні питання мемів та їхнього функціонування висвітлюють С. Даниленко, А. Скалозуб, досліджуючи теорію мемів як чинник формування громадської думки; О. Комар розглядає їх в аспекті емерджентного підходу; К. Соколова як засоби комунікації в інтернет-середовищі. Хоча зазначені дослідники наводять поодинокі приклади втілення мемів у культурі, окремо взяті меми, зокрема меми візуальних видів мистецтва, ще не були предметом ґрунтовного аналізу, чим і зумовлена актуальність нашої розвідки.

Реляція “людина–інформація” формується одразу, щойно свідомість людини починає утримувати в пам'яті образи, події, моменти, причому ключовими з цієї парадигми стають образи, через що, починаючи з постнатального періоду, “наша фантазія заповнена жахами, катастрофами, трагедійними фільмами, напханими образами музичної скриньки, ляльок, Червоного капелюшка, різдвяними піснями” [8]. Кожна людина таким чином є потенційним носієм одиниць інформації – мемів, сприяючи розповсюдженню інформації, яку вона отримує, акумулює та передає далі найчастіше в дещо зміненому вигляді, за принципом “зламаної телефону”. І хоча, як зазначає К. Соколова, “мем може викликати так званий “когнітивний дисонанс” або внутрішній конфлікт”, але “у ньому може бути щось ірраціональне, безглузде, нез'ясовне, але це саме те, що не дозволяє його відразу забути” [11, 121].

Оксфордський учений Річард Докінз у книзі “Егоїстичний ген” запропонував мемом називати одиницю передачі культурного спадку за аналогією з генофондом, де інформацію несе ген: “Прикладами мемів служать мелодії, ідеї, модні слівця й вирази, способи варіння юшки або спорудження арок. Так само, як гени розповсюджуються, переходячи з одного тіла в інше за допомогою сперматозоїдів або яйцеклітин, меми поширюються в тому ж сенсі, переходячи з одного мозку в інший за допомогою процесу, який у широкому сенсі можна назвати імітацією” [4]. Як зазначає дослідник О. Комар, теорія Р. Докінза символізує відхід від традиційних дарвіністських ідей і формування неодарвіністських уявлень про еволюцію [7].

Винахід оксфордського біолога Р. Докінза популяризувався багатьма науковцями, які були одноставними щодо визначення його як “вірусу”: “психічний вірус” (А. Менегетті, Р. Броуді,) “медіавірус” (Д. Рашкофф). За біологічним визначенням Р. Докінза, мем є основною одиницею передачі культурної інформації; за когнітивістським Д. Деннетта – позиціонується як своєрідна комплексна ідея; за С. Блекмор, меми – реплікатори, яким властиві три якості: репродукція, варіація, селекція [1], а за Р. Броуді, “мем – одиниця інформації, яка міститься у свідомості. Мем впливає на події таким чином, щоб у свідомості інших людей виникла більша кількість його копій” [2, 36].

У такому разі меми – це інфо, яка швидко поширюється й популяризується, це мода на певні речі, пропаговані каналами зв'язку, це установки, якими ми керуємося у виборі того чи іншого предмета. Ідентифікований як психологічний вірус, мем, від'єднавшись від свого творця, еволюціонує через комунікаційне поле, стрімко інфікуючи нові групи людей. Меми фактично встановлюють моду/попит на те, що ми споживаємо, створюючи інформаційне, а відтак і рекламне тло для “товара”/новітньої бази.

Медіасфера сприяє процесу становлення мемів як психологічних вірусів, інфікування якими відбувається через радіо, газети, спілкування з друзями, оскільки, як зазначає Д. Рашкофф, “ми можемо ізолюватися від мікробів, що видихають інші люди, але – якщо ми все ще дивимося ТБ або читаємо газети – не від мемів, яких інші конструюють і запускають в інфосфери. Усі ми плаваємо в одному океані даних” [10]. ЗМІ для мемів є органічним місцем перебування, провідником до інформаційної сфери, куди він потрапляє завдяки людському фактору, а потрапивши, набуває автономії й розмножується шляхом тиражування інформації з залученням того ж самого людського фактора.

Будучи глобальним комунікаційним каналом, інтернет як ніхто інший сприяє розповсюдженню інформації через встановлення взаємодії з аудиторією реципієнтів. Швидкість, з якою та чи інакша інформація розлітається сторінками мережі, дорівнюється темпам розповсюдження епідемії. За умови правильної подачі інформація досягає поставленої мети. Вона стає популярною, якщо відповідає актуальним питанням сьогодення й вічним проблемам, що хвилюють особистість будь-якої епохи. Важливим фактором постає і можливість не лише

споживати інформацію, а й редагувати її, на чому акцентує Т. Бернерс-Лі [13, 19] поміж інших принципів побудови світової мережі.

Інтернет з його легко налаштованою системою обчислювальності, моніторингу, обліку відвіданих сторінок є влучним підґрунтям для розповсюдження мемів, що миттєво визначають популярність того чи іншого продукту. “Світ інтернету базується на інформації, а не на реальності”, – слушно зауважує А. Менегетті, інформація і створює реальність, – додає він [8]. Тексти ЗМІ, будучи ланкою в передачі інформації, так само, як інтертексти та гіпертексти, на думку М. Володіної, створюють свою “інформаційну реальність” [3, 46].

Власне кажучи, такі тексти і прийнято називати інтернет-мемами, одним з прикладів яких є картина “Руки опираються йому” (“The Hands Resist Him”) американського художника Білла Стоунхема [19]. Написана в 1972 році, вона стала відомою завдяки чуткам і маніпуляції на глибинних ляках людини і вірі в існування іншого світу. Білл Стоунхем зазначав зв’язок його творчості з юнгіанським колективним несвідомим. Митці, на його думку, особливо пов’язані з візуальним мистецтвом, стаючи барометрами струменів, що проходять крізь це колективне [18].

На картині зображений сам автор у віці п’яти років у його чиказькій квартирі з тією лише різницею, що замість дівчини поруч зі Стоунхемом на ній лялька. Важлива й інтенція, закладена в неї Біллом Стоунхемом, за задумом якого лялька поруч з хлопцем є уявним провідником через іншу країну, що починається за скляними дверима як лінією поділу між пробудженням і сновиддям, а руки, притулені до дверей з протилежного боку, символізують інші життя.

Прославилася вона за рахунок містичних явищ, що супроводжували її появу в чергових власників. Придбана актором Джоном Марлі картина невдовзі була знайдена на смітнику й у першу ж ніч налякала чотирирічну доньку сімейства, якій ввижалося, що “діти на картині б’ються”, а наступної ночі – діти на картині опинилися по той бік дверей. Відеокамери руху наступну ніч спрацювали кілька разів, а через три ночі перегляд плівки підтвердив слова доньки про зміну фігурами своїх місць. Отже, передісторія картини, що передавалася інтернет-простором, на час її продажу на аукціоні eBay в лютому 2000 року підвищила її рейтинг, зробивши її міською легендою, інтернет-мемом, частиною інтернет-фольклору, що позиціонувалася як картина “з привидами”. Міські легенди є тими самими мемами [15, 142], оскільки здатні мутувати й розповсюджуватися без посилань на першотворця, з’являються таємно й стихійно поширюються в різних формах, містять елементи гумору й жахів.

Упродовж лише кількох годин після появи картини на eBay її історія та посилання облетіли весь світ через інтернет. Почали приходити повідомлення про дивну поведінку, що супроводжувалася переглядом картини, включаючи раптове занедужання людей, втрата свідомості, крики дітей, а також усвідомленням “невидимого буття” [14]. Білл Стоунхем підкріпив легенду заявою на власному сайті про те, що обидва – власник галереї, де виставлялися “Руки опираються йому”,

і мистецький критик з “Los Angeles Times”, перу якого належить огляд шоу, – померли протягом року після шоу.

Людей завжди цікавило все моторошне, що існує на ірреальних позиціях, поза межами зрозумілих усім законів. Саме екстраординарні теми зазвичай розповсюджуються з неймовірною швидкістю й інтернет як один з найкращих медіаторів сприяє цьому. Інформація у вербальній та візуальній формі, що швидко набула популярності завдяки інтернету, й отримує дефініції інтернет-мема. За дослідженнями в галузі засобів масової пропаганди, найбільший ефект на людей справляють чутки, плітки та легенди [12]. Інтернет-меми в такому разі виникають унаслідок стихійної масової поведінки, оскільки їхня поява зумовлена циркуляцією чуток, іноді модою, колективними маніями тощо.

Власники картини, виставивши її на eBay, додали застереження, яке підняло рейтинг полотна до кількості переглядів сторінки в більш ніж 13 000 відвідувань: “УВАГА! Не ставте на цей лот, якщо Ви схильні до стресових захворювань [або, якщо у вас] слабке серце, або Ви не стикалися з надприродними подіями. Ставлячи на цей лот, Ви погоджуєтесь звільнити власників від відповідальності у зв’язку з продажем або будь-якими подіями, які відбудуться після нього і могли б вплинути на цю картину. Вона може або не може володіти надприродними властивостями, які можуть вплинути на Вас або змінити Ваше життя. Попри це, на торгах Ви погоджуєтесь ставити виключно на вартість роботи, незважаючи на останні дві фотографії, виставлені на цьому аукціоні, і не ставити в провину власникам їх вплив, виражений або припущений” [16]. Більш того, до картини додавалася серія фото, відзнятих уночі вебкамерою, на яких зафіксовано “зміну форми”, зокрема на двох останніх знімках лялька загрожує зброєю у своїй руці, силуючи хлопця покинути картину.

З цих причин картину “Руки опираються йому” Білла Стоунхема й продали на eBay за 1025 USD замість початкової в 199 USD (до речі, ціна підвищилася буквально за 30 днів через легенду). Так само, як в основному цінову політику відомих брендів складає націнка за популярність, а не за самі предмети, так і психологічні віруси, якими є меми, а в нашому випадку інтернет-меми, здатні підняти рейтинг інформації до еної кількості знаків. Цьому сприяє здебільшого зацікавлення користувачів, їх попит, адже інформація набуває популярності в результаті соціальної інтеракції – взаємодії, впливу однієї системи на іншу. Вона передається завдяки наявності спільної інтенції, яка може бути й неусвідомленою, однак заснованою на спільній зацікавленості певної соціальної групи, оскільки меми переходять від людини до людини й копіюються, якщо вони корисні і впливові, або вмирають, якщо вони не потрібні [17, 102].

І хоча новий власник картини Кім Сміт нічим не підкріпив історію про подальшу містичну діяльність картини, легенда про картину “The Hands Resist Him” обростала новими деталями вже без будь-якого втручання: то мешканці штату Каліфорнія бачили на пагорбах дітей з картини, то пропонували свої послуги

спеціалісти з паранормальних явищ, а таємнича історія картини послужила основою для створення кількох комп'ютерних ігор, зокрема браузерної гри "Found Lost", комп'ютерної гри "Шерх" (2006). Враховуючи популярність полотна "The Hands Resist Him", Білл Стоунхем пізніше створив подібну їй під назвою "Протидія межі" ("Resistance at the Threshold"), яку можна побачити на його персональному сайті.

Прикметно, що картина "Руки опираються йому" Білла Стоунхема не є єдиною у своїй категорії картиною-мемом. Не меншою популярністю у сфері таємничого користується репродукція картини "Хлопчик, який плаче" іспанського художника Джованні Браголіні (відомий також як Бруно Амадіо), що вважається причиною спалахів у приміщеннях, де вона зберігається [9]. Причому, за свідченням пожежників, сама картина завжди залишається неушкодженою. На відміну від "Руки опираються йому" Білла Стоунхема, "Хлопчик, який плаче" Джованні Браголіні стала популярною не за посередництва Інтернету, а завдяки пресі: монополія на висвітлення теми належить британській газеті "The Sun", яка 4 вересня 1985 року опублікувала статтю "Полум'яне прокляття хлопчика, який плаче" ("Blazing Curse of the Crying Boy").

Наведена вище ситуація демонструє, що для функціонування медіакультури недостатньо лише дистрибуції образів, які не здатні розповсюджуватися без того, що Н. Кірілова називає циклом "'повідомлення-прилучення": прилучення як умова й результат споживання повідомлення і виробництво повідомлення як умова й результат прилучення" [6, 30–31]. Фактично інтернет-меми є в певному сенсі проявом "інформаційного конформізму" [5, 100], оскільки вони сприяють тому, що людина приймає думку, яку їй пропонують засоби масової інформації, яка залежно від стадії, на якій її застали, може бути або випадковою і незначною, висловленою однією особою (на першому етапі), або результатом колективного свідомого (на іншому етапі). Меми на сьогодні становлять інтерес як засоби творення принципу доміно ЗМІ, за допомогою чого можлива успішна пропаганда будь-яких явищ, ідей.

Картина "Руки опираються йому" Білла Стоунхема слугує прикладом вдалого мема візуального мистецтва, швидке розповсюдження та популярність якого зумовлені приналежністю до перших досвідів людства – малюнків та до перших досвідів дитинства – страшилок про антропоморфність речей, до перших тенденцій культури, що включає віру в існування іншого світу й прагнення заглянути туди, а також останніх тенденцій творів культури – тяжіння до створення альтернативної реальності, чим характеризується XXI століття.

#### **Література**

1. Блэкмор С. Сила мимов [Электронный ресурс] / Сьюзан Блэкмор. – Режим доступа : <http://www.susanblackmore.co.uk/Articles/SciAm00Russian.htm>.
2. Броуди Р. Психические вирусы. Как программируют ваше сознание / Ричард Броуди ; [пер. с англ. Л. В. Афанасьевой]. – М. : Поколение, 2007. – 304 с.
3. Володина М. Н. Язык массовой коммуникации – особый язык социального взаимодействия / М. Н. Володина // Язык средств массовой информации : учебное пособие для вузов. – М. : Академический проект ; Альма Матер, 2008. – С. 27–47.

4. Докинз Р. Эгоистичный ген [Электронный ресурс] / Ричард Докинз. – Режим доступа : [http://lib.aldebaran.ru/author/dokinz\\_richard/dokinz\\_richard\\_yegoistichnyi\\_gen/](http://lib.aldebaran.ru/author/dokinz_richard/dokinz_richard_yegoistichnyi_gen/)
5. Евгеньева Т. В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. Спецкурс по политической психологии / Т. В. Евгеньева. – СПб. : Питер, 2007. – 112 с. – (Серия : “Школа национального лидера”).
6. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – М. : Академический проект, 2006. – 448 с. – (“Технологии”).
7. Комар О. В. Емерджентний підхід як основа еволюційного пояснення свідомості / О. В. Комар // Мультиверсум : філософський альманах. – К. : Центр духовної культури. – 2009. – № 77. – С. 196–206.
8. Менегетти А. Онтопсихология и меметика [Электронный ресурс] / Антонио Менегетти. – Режим доступа : [http://www.koob.ru/meneghetti/ontopsih\\_i\\_memet](http://www.koob.ru/meneghetti/ontopsih_i_memet).
9. Плачущий мальчик [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://ru.wikipedia.org/wiki/Плачущий\\_мальчик](http://ru.wikipedia.org/wiki/Плачущий_мальчик).
10. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание [Электронный ресурс] / Дуглас Рашкофф. – Режим доступа : <http://mediavirus.narod.ru/>
11. Соколова К. В. Мемі як засіб комунікації в інтернет-середовищі / К. В. Соколова // Гуманітарний часопис. – 2012. – № 1. – С. 118–123.
12. Сороченко В. Энциклопедия методов пропаганды [Электронный ресурс] / Виктор Сороченко. – Режим доступа : <http://psyfactor.org/propaganda.htm>.
13. Berners-Lee T. Weaving the Web : The Past, Present and Future of the World Wide Web by its Inventor / T. Berners-Lee. – Britain : Orion Business, 1999. – 244 p.
14. Bevis G. The Ebay Haunted Painting [Electronic resource] / Gavin Bevis. – Mode of access : [http://www.bbc.co.uk/derby/unexplained/2002/haunted\\_painting/ebay\\_haunted\\_painting\\_01.shtml](http://www.bbc.co.uk/derby/unexplained/2002/haunted_painting/ebay_haunted_painting_01.shtml).
15. BJameskans H. et. al. The lifecycle of memes // A memetics compendium. – May 2008. – S. 127–147.
16. Peters L. Creepy Things That Seem Real But Aren't : “The Hands Resist Him” [Electronic resource] / Lucia Peters. – Mode of access : <http://www.crushable.com/2011/09/10/entertainment/creepy-things-that-seem-real-but-arent-the-hands-resist-him-418/#ixzz2Hyv4yWuH>.
17. Rushkoff D. Program or be programmed. Ten commands for a digital age / Douglas Rushkoff. – New York : OR Books, 2010. – 149 s.
18. Stoneham B. “The Hands Resist Him” (eBay Haunted Painting) [Electronic resource] / Bill Stoneham. – Mode of access : <http://www.stonehamstudios.com/haunted.html>.
19. The Hands Resist Him [Electronic resource]. – Mode of access : [http://ru.wikipedia.org/wiki/The\\_Hands\\_Resist\\_Him](http://ru.wikipedia.org/wiki/The_Hands_Resist_Him).

#### **Анотація**

У статті розглядається медіасфера як простір становлення мемів, що виконують роль психологічних вірусів. Автор на прикладі картини “Руки опираються йому” Білла Стоунхема простежує швидку дію мемів, які слугують для росту популярності того чи іншого продукту.

**Ключові слова:** мемі, медіасфера, інформаційні віруси, візуальне мистецтво, інтернет-простір.

#### **Аннотация**

В статье рассматривается медиасфера как пространство становления мемов, выполняющие роль психологических вирусов. Автор на примере картины “Руки опираются ему” Билла Стоунхема прослеживает быстрое действие мемов, которые служат для роста популярности того или иного продукта.

**Ключевые слова:** мемы, медиасфера, информационные вирусы, визуальное искусство, интернет-пространство.

#### **Summary**

The article deals with the mediasphere as a space of becoming of memes that serve as psychological viruses. On the example of painting "The hands resist him" by Bill Stoneham the author traces the rapid action of memes, which serve to increase the popularity of a product.

**Keywords:** memes, media space, information viruses, visual art, online space.

*Стаття надійшла до редколегії 10.09.2012 р.*

## **ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВА**

УДК 82'06:008

**Мацевко-Бекерська Л. В.,**

доктор філологічних наук

Львівський національний університет

імені Івана Франка

### **АСПЕКТИ ІНТЕРКУЛЬТУРНОСТІ В НОВІТНЬОМУ ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧОМУ ДИСКУРСІ**

Артикуляція проблеми – поза її предметною належністю – набуває чіткості й визначеності здебільшого за умови її осмисленої значущості та готовності до концептуалізації. Новочасний літературознавчий дискурс продовжує розгортатися у двох звичних щодо пошуку констант аналітичних студій векторах: від тексту до онтологій, у ньому захованих, та від універсалій, втілених у розмаїтих формах художнього письма, до способів відчитування їх сенсу. Власне термінотворча активізація концепту "інтер" поглиблює та ускладнює процес формування методологічних основ для подальшого наукового пошуку, водночас апелюючи до потреби узагальнювати нові явища літератури, до важливості формування цілісного погляду на ті процеси, що формують "обличчя" сучасного художнього світу, а також до необхідності втриматися у межах канону історичної поетики. Глобалізаційні явища позначаються на всіх галузях знання, в тому числі – гуманітарного. Бути одночасно "всередині" / "понад", "тут-і-тепер" / "десь-і-колись", чути одночасно себе та Іншого, мати власну позицію і виявляти готовність сприйняти позицію Іншого – нинішня наукова площина потребує максимальної множинності. Філософський дискурс увійшов у наступний, якісно інший етап самостановлення: "Сучасна історико-філософська дисципліна трансформується, модернізується подібно до того, як сучасна філософія втрачає традиційний сенс і призначення свого існування у контексті світу, що глобалізується. Оцінне бачення сучасної цивілізації і сучасної філософії, по суті, односпрямоване. Кваліфікація

сучасності, як "кінець історії" (Ф. Фукуяма), "кінець знайомого світу" (І. Валлерстайн), "кінець сучасності" (Дж. Ваттімо) поширюється і на філософію: її сучасний стан сприймається та оцінюється як "кінець філософії" (П. Слотердайк). Звичайно, "кінець філософії" не означає кінця філософствування; ідеться про предметно-сміслову трансформацію філософського дискурсу, мотивовану безпрецедентним (глобальним) розширенням і поглибленням комунікативних зв'язків та кроскультурних взаємодій між незалежними одна від одної етнокультурними традиціями. У зв'язку з цим ступінь міжкультурної комунікації й кроскультурної взаємодії в епоху глобалізації потребує не лише прогнозування перспективи світового цивілізаційного розвитку, але ретроспективного бачення минулого, реконструкції історичних передумов та основ кроскультурних взаємодій сучасності" (Тут і далі переклад наш. – Л. М.-Б.) [14, 9]. Досить поширена цитата із монографічного дослідження специфіки філософських чинників інтеркультурної взаємодії видається доречною саме у контексті визначення пріоритетів новітнього літературознавства, бодай приблизного окреслення методологічно-термінологічних епістем для конкретизації в обшарах поетики.

Література зростала на фрагментах – творах – текстах, її осмислення взаємодіяло і продовжує особливо активно взаємодіяти із усіма сферами наукового пізнання, її рецептивно-оцінна та інтерпретаційно-смілова парадигми набувають щоразу нової конфігурації. При цьому жоден із варіантів чи кутів зору не зазіхає на вичерпність, досконалість чи завершеність. Очевидно, найбільшою принадою літературознавчого студіювання повсякчас залишається його відкритість, термінологічна гнучкість та безконечна здатність до новотворень. Як слушно зауважив І. Кант, "людському розуму випала дивна доля: його діймають питання, від яких він не може відвернутися, оскільки вони йому нав'язані його власною природою; водночас він не може відповісти на них, позаяк вони переважають над його можливостями" [14, 306]. Понад те, активізація наукового зацікавлення філософськими узагальненнями та сформульованими питаннями Е. Гліссана поглиблює філософський дискурс літературознавства. Зокрема, слід погодитися з карибським мислителем, який послідовно переконує у "праві на відмінності", чи "праві на непрозорість, що розуміється не як закритість всередині непроникної автократичної культури, але як утвердження своєї особливої сутності в рамках незнищенної унікальності. Непрозорості можуть взаємодіяти, співіснувати, сплітатися в різні візерунки" [цит. за: 14, 306]. Отож, набуває виразності тенденція диференціації підходів до явищ літератури, принципів філософсько-естетичного мислення, а також конкретизації-узагальнення з домінантою однієї зі складових відповідно до наукової акцентуації.

Цілком очевидно, що наратологічний дискурс новітнього літературознавства надається до вичерпності дослідження, засвідчуючи значні термінологічні модифікації, реалізуючи аналітичні стратегії, певним чином конкретизовані локальними завданнями й текстовим потенціалом літературного твору. Головним